

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан факультета истории и  
международных отношений

\_\_\_\_\_  
(наименование института / факультета)



\_\_\_\_\_  
(подпись)

О.И. Амурская

\_\_\_\_\_  
(И.О. Фамилия)

« 31 » августа 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ**  
**В РЕКЛАМНОЙ И PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Уровень основной профессиональной образовательной программы:  
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью  
в социокультурной сфере

Форма обучения: очная

Сроки освоения ОПОП: 4 года

Факультет (институт) истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2020

## **ВВОДНАЯ ЧАСТЬ**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целями освоения дисциплины «Профессиональное деловое общение в рекламной и PR-деятельности» являются овладение теоретическими знаниями и необходимыми практическими навыками в деловых коммуникациях, включая личную коммуникативную культуру и умения общаться с коллективом для достижения продуктивной деятельности, создания благоприятной нравственной атмосферы как одной из наиболее важных составляющих коммуникативной культуры рекламиста и PR-специалиста, формирование профессиональных компетенций.

### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА**

2.1. Дисциплина Б1.В.06 Профессиональное деловое общение в рекламной и PR-деятельности относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие предшествующие дисциплины:

Русский язык и культура речи

Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации

Введение в коммуникационные специальности (с элементами тайм-менеджмента)

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

Ведение переговоров в рекламных и PR-коммуникациях

Организация и проведение коммуникационных кампаний

## 2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных (ПК, ПКВ) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать 4	Уметь 5	Владеть (навыками) 6
1	2	3	4	5	6
1.	ПК-4. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	Основы становления и развития деловой коммуникации и культуры цивилизованных дискуссий, виды коммуникации, способы взаимодействия	Работать в малых группах методом мозгового штурма, осуществлять выбор стиля взаимодействия в зависимости от ситуации, корректировать процесс общения	Основами ведения цивилизованной дискуссии при продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы
		ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Организацию, подготовку к проведению рекламных и PR-акций на основе структуры цивилизованной дискуссии, основы корпоративной культуры, теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений, принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Критически анализировать точки зрения оппонентов, организовывать систему связей с общественностью в коллективе, применять правила делового этикета с учетом принципов открытости и корпоративной социальной ответственности	Основами делового общения в рекламной и PR-деятельности с учетом принципов открытости и корпоративной социальной ответственности
		ПК-7.1. Осуществляет подбор рекламных и PR-методов для	Рекламные и PR-методы для построения внутреннего и	Осуществлять корректный подбор	Навыками делового общения в процессе

2.	ПК-7 Способен создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутреннюю и внешнюю коммуникацию	построения внутреннего и внешнего имиджа компании;	внешнего имиджа компании	рекламных и PR-методов для построения внутреннего и внешнего имиджа компании при взаимодействии с внутренней и внешней общественностью	построения внутреннего и внешнего имиджа компании
		ПК-7.2. Осуществляет коммуникационный процесс и связи, подбор правил и условий создания технологий взаимодействия и взаимоотношений внутри организации и с внешними партнерами;	Правила ведения дискуссии, формы и методы «мозгового штурма», «уловки» дискуссии	Применять в рекламной и PR-деятельности средства и методы ведения цивилизованных дискуссий, использовать достоверные факты, уточнять мнение оппонента	Основами ораторского мастерства
		ПК-7.3. Использует пути решений различных коммуникационных задач, возникающих в процессе взаимодействия интересов различных целевых аудиторий, элементы рекламы и связей с общественностью с учетом разных культур	Основные правила формулирования и отбора дискуссионных тем, этику делового общения, методы аргументации	Грамотно отбирать темы дискуссий, аргументировать свою точку зрения, вести деловые переговоры	Правилами обеспечивающими столкновение противоположных точек зрения

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры							
		№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6	№ 7	№ 8
		часов	часов	часов	часов	часов	часов	часов	часов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	50	-	-	50	-	-	-	-	-
В том числе:									
Лекции (Л)	16			16					
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	34			34					
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Иные учебные занятия (индивидуальные занятия, групповые занятия и др.)									
2. Самостоятельная работа студента (всего)	58			58					
В том числе	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>СРС в семестре:</i>									
Курсовая работа									
<i>Другие виды СРС:</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Подготовка к собеседованию	14			14					
Подготовка к написанию эссе	12			12					
Подготовка докладов к семинарам	16			16					
Подготовка к зачету	16			16					
<i>СРС в период сессии</i>									
Вид промежуточной аттестации	зачет (З), экзамен (Э)	зачет		зачет					
ИТОГО: общая трудоемкость	часов зач. ед.	108 3		108 3					

### 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
3	1	<b>Раздел I. Введение в основы деловой коммуникации</b>	Цели и задачи изучения курса. Понятие коммуникации в различных науках: социологии, лингвистике, психологии. Сравнительный анализ понятий

			<p>«общение», «коммуникация» и «межличностные отношения». Коммуникация как обмен информацией. Понятие коммуникативной компетентности. Структура коммуникационного процесса. Три типа деловых навыков, необходимых в управлении. Навык человеческих отношений и деловое общение, как часть этого навыка. Что такое общение, его типы, каналы и средства. Общение как сложный процесс, составляющие этого процесса. Характеристика понятия «деловая коммуникация». Функции деловой коммуникации. Коммуникация как форма управления организацией. Виды коммуникаций в организациях. Коммуникация как социально-психологический механизм взаимодействия в профессиональной деятельности. Механизмы воздействия в процессе общения. Взаимопонимание как основа и цель делового общения. Уровни понимания. Роль суггестии и контрсуггестии в процессе общения. «Избегание», «авторитетность» как способы контрсуггестии. Психологические, эмоциональные и т.п. барьеры. Деловое общение как восприятие людьми друг друга. Детерминанты межличностного восприятия. Атрибуции (приписывание) как источник ошибок при восприятии. Самопрезентация в общении. Межличностная аттракция в общении. Социальные ожидания, их роль в деловом общении. Механизмы взаимопонимания в общении (идентификация, эмпатия, рефлексия). Деловое общение как взаимодействие партнеров. Способы влияния на партнера в процессе общения. Манипуляции и защита от них в деловом взаимодействии. «Ролевое» взаимодействие. Теория трансактного анализа Э. Берна. Позиции в общении («родитель», «взрослый» и «дитя»). Основные типы трансакций. Взаимодополнительные, пересекающиеся, скрытые трансакции. Возможности и значение трансактного анализа в деловом взаимодействии.</p>
3	2	<p><b>Раздел II. Теория деловой коммуникации</b></p>	<p>Человеческая речь как источник информации. Речевые средства общения. Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание: коммуникативная компетентность, социальные роли, коммуникативный контекст, коммуникативная установка, этнокультурные особенности. Официально-деловой стиль как основа деловой коммуникации. Умение слушать. Техники активного слушания. Их преимущества и недостатки. Трудности эффективного слушания: ошибки тех, кто слушает; внутренние помехи слушания; внешние помехи слушания. Три уровня слушания. Виды слушания. Обратная связь в процессе слушания. Умение формулировать свои мысли. Природа и типология невербальной коммуникации. Невербальные средства общения и их функции: дополнение речи, замещение речи, репрезентация эмоциональных состояний. Сознательное и бессознательное в невербальном поведении. Проблема интерпретации невербальной информации. Паралингвистическая и экстралингвистическая системы знаков. Проксемика как наука о пространственной и временной</p>

			<p>организации общения. Организация пространственной среды в деловой коммуникации. Визуальная составляющая в межличностном общении. Понятие коммуникативного барьера. Причины возникновения барьеров в деловой коммуникации. Классификации коммуникативных барьеров. Коммуникативные барьеры, пути их преодоления. «Непонимание» как коммуникативный барьер. Фонетический, семантический, стилистический и логический уровни непонимания. Внешние и внутренние барьеры. Способы организации эффективной деловой коммуникации. Традиционные формы деловой коммуникации. Деловая беседа как самая используемая форма делового общения. Виды деловых бесед и особенности их организации и проведения. Технология кадровых бесед. Телефонный разговор как разновидность деловой беседы, его особенности и отличия по ведению. Пять основных принципов ведения деловых бесед. Инновационные формы деловой коммуникации: пресс- конференция, торги, презентация. Пресс-конференция, ее подготовка и проведение. Презентация, ее смысл и назначение. Дистанционное общение с использованием современных технических средств коммуникации. Правила организации и проведения инновационных форм деловой коммуникации. Имидж как средство деловой коммуникации. Переговоры, основные понятия. Принципы поведения на переговорах. Качества, необходимые переговорщику. Подготовка к переговорам. Процесс переговоров. Способы взаимодействия в переговорах. Стратегии поведения в деловых переговорах. Манипуляции в общении и их характеристики.</p>
--	--	--	--

## **2.2. Перечень лабораторных работ, примерная тематика курсовых работ. Не предусмотрены учебным планом**

### **3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА**

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 58 часов.

Видами СРС являются:

- подготовка к зачету.

Формами текущего контроля успеваемости являются:

- подготовка к собеседованию;

- подготовка к написанию эссе;

- подготовка доклада и презентации для семинарского занятия.

### **4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

*(см. Фонд оценочных средств)*

#### **4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине**

Рейтинговая система для дисциплины не используется

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Основная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.С. Ломова; ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 237 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114801">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114801</a> (дата обращения: 14.03.2020).
2.	Мунин, А.Н. Деловое общение: курс лекций [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Н. Мунин. - Москва: Издательство «Флинта», 2016. - 376 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=83389">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=83389</a> (дата обращения: 14.03.2020).
3.	Титова, Л.Г. Деловое общение [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.Г. Титова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436853">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436853</a> (дата обращения: 14.03.2020).

### 5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Козлова, А.М. СТОП Манипулированию!: Или тренинг манипулятивного поведения в деловом общении: руководство [Электронный ресурс] / А.М. Козлова. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 120 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=278251">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=278251</a> (дата обращения: 14.03.2020).
2.	Кислицына, И.Г. Психология делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.Г. Кислицына; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 112 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=477381">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=477381</a> (дата обращения: 14.03.2020).
3.	Левкин, В.Е. Тренинг эффективного общения [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Е. Левкин. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 142 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=450204">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=450204</a> (дата обращения: 14.03.2020).
4.	Тимченко, Н.М. Психология и этика делового общения [Электронный ресурс]: монография / Н.М. Тимченко. - 3-е изд., стер. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 480 с. - Режим доступа: URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=439959">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=439959</a> (дата обращения: 14.03.2020).

### 5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы



1. BOOK.ru [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 14.03.2020).
2. East View [Электронный ресурс]: [база данных]. – Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 14.03.2020).
3. Moodle [Электронный ресурс]: среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 14.03.2020).
4. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 14.03.2020).
5. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 14.03.2020).
6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red) (дата обращения: 14.03.2020).
7. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос. гос. б-ка. – Москва: Рос. гос. б-ка, 2003 - . – Доступ к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 14.03.2020).

5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
2. Киберленинка [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

3. СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
4. Инфопедия [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://infopedia.su/3x247a.html>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
5. Деловое общение – URL: <https://world7.ru/success/612-business-communication>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
6. Сайты делового общения [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://philosophiy-poryadka.ru/sajty-delovogo-obshheniya/> свободный (дата обращения: 14.03.2020).

## 5.2. Периодические издания

1. Журнал Вопросы управления - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://vestnik.uara.ru/ru/issue/2008/04/13/>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).
2. Журнал Менеджмент в России и за рубежом - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/articles/2000/5/875.html>, свободный (дата обращения: 14.03.2020).

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: лекционные аудитории, оснащенные видеопроекционным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствуют.

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с

	помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

## 8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА (указывается при наличии):

Набор ПО в компьютерных классах	
Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows Pro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа Zoom	договор б/н от 10.10.2020г.
набор веб-сервисов MS office365	бесплатное ПО для учебных заведений <a href="https://www.microsoft.com/ru-">https://www.microsoft.com/ru-</a>

	<a href="http://ru/education/products/office">ru/education/products/office</a>
система электронного обучения Moodle	свободно распространяемое ПО

## **9.Иные сведения**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:

Декан факультета истории и  
международных отношений  
(наименование института /факультета)



(подпись)

О.И. Амурская

(И.О. Фамилия)

«31» августа 2020 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)**  
«Профессиональное деловое общение в  
рекламной и PR-деятельности»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

---

Направленность (профиль) подготовки Реклама и связи с общественностью в  
социокультурной сфере

Квалификация бакалавр

---

Форма обучения очная

---

**Цель освоения дисциплины «Профессиональное деловое общение в рекламной и PR-деятельности»** - являются овладение теоретическими знаниями и необходимыми практическими навыками в деловых коммуникациях, включая личную коммуникативную культуру и умения общаться с коллективом для достижения продуктивной деятельности, создания благоприятной нравственной атмосферы как одной из наиболее важных составляющих коммуникативной культуры рекламиста и PR-специалиста, формирование профессиональных компетенций, подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью, компетентных, конкурентноспособных, эффективно использующих и непрерывно совершенствующих, полученные навыки и знания, с учетом потребностей и перспектив развития бизнеса, организации и проведения рекламных и PR-кампаний и контроль их эффективности.

### **1. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Б1.В.06.Профессиональное деловое общение в рекламной и PR-деятельности. Дисциплина изучается на на 2 курсе (3 семестр).

**2. Трудоемкость дисциплины:** 3 зачетных единиц, 108 академических часа.

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:**

**ПК-4.1. Знать:** основы становления и развития деловой коммуникации и культуры цивилизованных дискуссий, виды коммуникации, способы взаимодействия. **Уметь:** работать в малых группах методом мозгового штурма, осуществлять выбор стиля взаимодействия в зависимости от ситуации, корректировать процесс общения. **Владеть навыками:** основами ведения цивилизованной дискуссии при продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.

**ПК-4.2. Знать:** организацию, подготовку к проведению рекламных и PR-акций на основе структуры цивилизованной дискуссии, основы корпоративной культуры, теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений, принципы открытости и корпоративной социальной ответственности. **Уметь:** критически анализировать точки зрения оппонентов, организовывать систему связей с общественностью в коллективе, применять правила делового этикета с учетом принципов открытости и корпоративной социальной ответственности. **Владеть навыками:** основами делового общения в рекламной и PR-деятельности с учетом принципов открытости и корпоративной социальной ответственности.

**ПК-7.1. Знать:** рекламные и PR-методы для построения внутреннего и внешнего имиджа компании. **Уметь:** Осуществлять корректный подбор рекламных и PR-методов для построения внутреннего и внешнего имиджа компании при взаимодействии с внутренней и внешней общественностью. **Владеть навыками:** навыками делового общения в процессе построения внутреннего и внешнего имиджа компании.

**ПК-7.2. Знать:** правила ведения дискуссии, формы и методы «мозгового штурма», «уловки» дискуссии. **Уметь:** применять в рекламной и PR-деятельности средства и методы ведения цивилизованных дискуссий,

использовать достоверные факты, уточнять мнение оппонента . *Владеть навыками:* основами ораторского мастерства .

**ПК-7.3.** *Знать:* основные правила формулирования и отбора дискуссионных тем, этику делового общения, методы аргументации. *Уметь:* грамотно отбирать темы дискуссий, аргументировать свою точку зрения, вести деловые переговоры. *Владеть навыками:* правилами обеспечивающими столкновение противоположных точек зрения.

#### **4. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения**

Зачет (3 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.